

浅析当代融媒体新闻的叙事风格与探索

金璐

摘要：伴随融媒体时代的到来，各媒体从自身固有平台出发，着力通过媒体融合为自身频道发展拓展可能，从而实现了电视、互联网等全媒体的融合。本文从“浙样红TV”在“2021年度风云浙商颁奖典礼”上进行的多平台融合推广为例，浅析当代融媒体传播的新闻叙事风格和路径创新。

关键词：浙样红TV 全媒体 媒体融合 新闻传播

随着互联网的飞速发展，为推动媒体更好地传播新闻资讯，融合媒介应运而生。该理念以发展为前提，以扬优为手段，充分利用媒介载体，把微信、微博等网络平台，与电视、广播电台、报纸等这些既有共同点，又存在互补性的不同媒体，在人力、内容、宣传等方面进行全面的整合，实现“资源通融、内容兼融、宣传互融、利益共融”的新型媒体。不同的媒介互为补充，达到了符合时代要求的内容宣传和信息推广的最大化。这大大改变了单一媒体的竞争力，实现多媒体共同竞争的合力，从而为“我”所用，为“我”服务。

融媒体的战略核心是以受众为中心、以内

容为主导、以技术和商业为驱动，通过追求多样的媒介形态和传播渠道，用多元化、立体化的宣传形式扩大受众的覆盖面。浙江电视台经济生活频道融媒体品牌“浙样红TV”以独特的“时空聚合”新传播理念，达成全媒、全屏、全网、全时空融合传播。以往在电视节目中生产的内容，在网络端需要二次编辑、二次编排。而在融媒体环境下的大型主题晚会，则形成了多种形式的活动宣传。以“年度风云浙商颁奖典礼”为例，经过近年来的融媒化“大改造”，2021年通过全网联动，实现活动全网曝光量超过9500万，活动宣传背后的新闻叙事、新闻宣传策划等则是一个立体性的变革。

一、新闻编辑叙事策略创新与变革

当今是一个信息爆炸乃至信息过剩的时代，受众最迫切需要的除了第一手的资讯外，更多的是独特的、有深度的内容和信息的真实性。当前的新闻报道旨在通过独立、深入、细致、全面的采写去接近真相，并尽可能全面地展现事件发生的前因后果。这也是新闻报道存在的价值所在。融媒体时代的到来使传统新闻业遭遇到了多种多样的挑战，新闻报道也面临前所未有的困境与发展。

融媒体相对传统媒体来说是一个全新的话语体系，受众逐渐从先关注某个媒体再关注报道内容，转而先关注内容再关注媒体与平台。这个转变对于传统媒体的报道模式具有很大的冲击力。尤其在当下各类短视频平台、资讯平台基于移动终端的情况下，年轻受众已经形成了浅阅读、短收视的习惯。这样的“快餐式、碎片化、浏览式、标题式和跳跃式”的阅读模式，与传统媒体的流程完全不契合。再加上快节奏的生活，使得那种长篇、复杂、有逻辑的深度报道变得不再符合阅读与观看的习惯。面对年轻一代的受众，媒体从业人员如何能吸引他们的关注已成为我们需要思考和尝试的首要任务。例如笔者所在浙江电视台经济生活频道（下文简称浙江经视）网络运营部就是在这个时代背景下应运而生的。面对大环境的改变，我们第一次尝试用互联网手段吸引受众的全媒体同步宣传大型活动是2015年初举办的“2014年度风云浙商颁奖典礼”。在为期一个月的预热宣传活动中，除了常规的新闻报道外，我们第一次在微博平台试水预热活动，即在颁奖典礼开幕前一个月进行候选人展播；在颁奖典礼当天进行实况图文直播等。这次以频道官方微博为主的宣传活动历时近2个月，共发布50条信息，总阅读量达到2000万。虽然以现在的眼光来审视当时的活动略显稚嫩，但是作为频道的第一次融媒体立体式宣传，还是比较新颖的。年轻化的受众增加了，粉丝活跃度和黏性也得到了提升。于是，浙江经视试水成功后顺势推出了“浙样红TV”融媒体品牌。

融媒体时代新闻发布渠道和形式多样，本质上影响了叙事模式。新闻叙事策略也随之从“倒金字塔式”变成了“菱形式”“蜂巢式”“钻石式”。突发新闻需要记者跟进报道，收集信息，并不断予以更新。与此同时，还需要插入相关的图片、简介、声音、视频等，形成全媒体滚动资讯的叙事模式。“浙样红TV”在推出初期，同质化问题在一定程度上影响了传播，而在后续创新变革中，通过不断提高整合力、原创力和创新力，提升平台叙事新意。

一方面是对编辑在政治敏感性方面提出要求。“浙样红TV”融媒体平台的主要定位是“新闻+政务+生活+财经+服务”，是主流媒体的“发声”平台，宣传党的中心工作是其重要

功能之一。“浙样红TV”融媒体矩阵在创立初期，一些新闻编辑工作人员因为缺乏必要的政治敏感性，导致业务操作过程中很难根据政治的需要进行相关信息的设置，造成在传播新闻的过程中，简单通过固有形式进行新闻内容的介绍，并没有结合新闻工作的其他优势对报道的主体进行背景的说明，使得新闻编辑工作不能为观众提供高质量的新闻信息服务，造成新闻编辑工作难以在宣传层面产生较为积极的影响。

在后续提升过程中，采编人员通过培训、自我学习等，进一步明确以服务于党的宣传工作为核心，在“两会”期间“浙样红TV”融媒体矩阵合力打造了《五朵金花说“两会”》《两会深呼吸》《两会“舒”谈》等特别节目。这些节目是记者和新闻评论员在“两会”期间的所见所闻，通过自身感受、与专家互动等方法，从多个角度宣传“两会”期间浙江的民生工作，获得了广泛好评。政治敏感性在新媒体传播领域也得到有效的体现。

另一方面，强化新闻编辑叙事策略的创新途径。为了更好地打造“浙样红TV”融媒体平台，浙江经视专门成立了网络运营部，着力打造“浙样红TV”的微信公众号、视频号、抖音号、快手号等频道的主体互联网渠道。由于网络运营部的成员是频道各个栏目和技术部门抽调人员组成，这使得参与融媒运营的编辑、记者和相关的技术支持人员能更好地与频道各栏目以及部门沟通交流，在协同办公的环境中，激发跨部门合作，实现了用有形的空间中的物理融合催化各媒介间观念意识和新闻产品的化学融合。

新闻的时效性是提升新闻价值的重要因素。因此，新闻编辑人员必须加强对时效性的关注，并在收集新闻素材的过程中，对新闻素材的基础性信息具备较强的洞察力。这需要新闻编辑人员秉承高度的社会责任感，对新闻素材进行质量分析，使新闻能够同其他形式的新闻媒介一样，具备较高水平的社会影响力。

二、新闻宣传策划路径探索

互联网思维下，“浙样红TV”采用融合性宣传机制，积极在各类平台发出自己的声音。从“2014年度风云浙商颁奖典礼”的“初探索”到“2021年度风云浙商颁奖仪式”的全面

融媒化上云，因疫情影响倒逼频道转变思路，积极由线下宣传为主转变成线上宣传为主，联动蓝媒联盟，在各地市联动直播，同时也与商业平台、兄弟媒体进行联合宣推。活动还融合了创意互动、H5、海报、灯光秀等多种形式，取得了喜人的成绩，全网播放量达到了9500万。

新闻宣传不再是基于电视大屏，更多的是融合小屏，展现全屏的思路。“浙样红TV”以“全时空覆盖”为目标，让受众在醒来的第一时间，就可以通过手机看或听最新的资讯；上班路上，路牌、公交车、地铁车厢，都成了被“浙样红TV”覆盖的宣传阵地；当受众在购物时，通过超市与商场的各类标识、KT板、易拉宝、宣传大屏，都能看到“浙样红TV”。

融媒体时代的新闻宣传可谓“无孔不入”。当下我们都在谈“元宇宙”，新闻宣传也会形成一个时空宇宙。媒体从业者所需要做的是打破固有的思维，从策划、推广、传播、反馈等各环节，找到宣传的新途径、新模式。

要做好融媒体平台，在笔者看来，最重要的是学会对比传统媒体与新媒体之间的受众差

异化。传统媒体在意重点与结果，而新媒体碎片化、互动化、移动化的特点突出，关注细节与评论。因此，作为新时期的媒体从业者更要思考如何为受众提供更有价值的资讯。一是新闻内容对用户来讲，有用、有趣、有价值；二是用创新方法手段，使内容更具吸引力。比如，利用无人机的俯瞰视角帮助人们延展视野，使用H5的酷炫技术提高受众互动体验等，以便更好地满足受众个性化、碎片化、差异化的需求。

笔者所在的部门经过这些年的探索，已逐步构建起媒体资讯服务平台。“浙样红TV”以“新闻+政务+生活+财经+服务”的模式，强化新闻立台，提倡生活与财经并重，以融媒传播为原动力，服务用户与受众为根本目标。“浙样红TV”积极与集团内外各方实现资源的共建共享，在做大朋友圈的同时，也在不断优化自身的生态系统。

总而言之，作为网络时代下的媒体人，一方面要了解百姓关切、民众所需，另一方面也要传播好党的声音，架构起党委政府与百姓的桥梁，为人民美好生活提供更多的精神食粮。

（作者单位：浙江电视台经济生活频道）

